



■看东说西

善哉,“学术超女”

舆论对登上央视“百家讲坛”后一炮走红的大学教师,褒贬不一,争议不断。先是易中天被指“伪学者”,这些天又轮到了于丹。中山大学研究古诗词和古文献的徐晋如博士生一篇《我们为什么要将反对于丹之流进行到底》的帖子,言辞激烈,称于丹“极度无知,传播错误的甚至有害的思想”,还呼吁不要再闹“把厕所当客厅的笑话”。

易中天的《品三国》,使我想到《三国志》的可靠性和《三国演义》的影响。

《三国志》“尊曹抑刘”,事出有因。《三国志》作者陈寿曾任汉,为观阁令史。入晋后,任著作郎、治书侍御史,作为降臣,他在政治上坚决划清界线,讳言“汉”国号,而以“蜀”地名取代之。后世学者大都以魏、蜀、吴取代魏、汉、吴,以讹传讹。晋承魏祚,只有承认魏的合法性,才能彰显晋的合法性。因此,尽管曹魏未称帝,但《三国志》不惜破坏纪体史书惯例,开篇就是《魏书·武帝纪》,以示正统。昭烈帝刘备,虽然也算苗正根红,但《三国志》决不让他享受皇帝待遇,而只作《蜀书·先主传》,以示尊敬。我们就如果也照着陈寿“尊曹抑刘”,就不是历史唯物主义的态度了。

陈寿的人品似乎也有问题。《晋书·陈寿传》谓:“或云:丁仪、丁寓有盛名于魏。寿谓其子曰:‘可免干斛来见与,当为尊公作佳传。’丁不与之,竟不为立传。寿父为马谡参军。谡为诸葛亮所诛,寿父亦坐被戮。诸葛亮又轻寿。寿为亮立传,谓亮将略非长,无应敌之才,言瞻惟工书,名过其实。”前一件事表明,陈寿写《三国志》,居然已市场化运作。后一件事表明,陈寿公报私仇。因此,《三国志》尽管是前四史之一,但并不可靠。

《三国志》社会影响超过《三国志》,早已成事实。一些士大夫和学者,因把《三国志》看作史书,成为笑柄。袁枚《随园诗话》记“崔念陵进士,诗才极佳。惜有《五古》一篇,责关羽华容道上放曹操一事。此小说衍义语也,何可入诗?何配贻作札,有‘生瑜’、‘生亮’之语。被毛西河谓其无稽,终身惭悔。”姚元之《竹叶亭杂记》记“雍正间,札少宗伯因保举人,引孔明不识马谡事。宪皇怒其不以小说入奏,责四十仍加示焉。乾隆初,某侍卫擢荆州将军。人贺之,辄痛哭。怪问其故。将军曰:‘此地以关公法尚守不住。今逢老夫,是欲杀老夫也。’闻者掩口。”(宪皇,指世宗爱新觉罗胤禛;关公法,满语尊称关羽。)

但因此把板子打在《三国演义》身上,却没有道理。确实,



◎周到
西南证券研发中心副总经理

“士大夫且据《演义》而为之文,直不知有陈寿志者,可胜慨叹”,但一些士大夫和学者未记住甚至没有阅读《三国志》,恰恰是《三国志》自身局限造成的。在我国,比三国辉煌的历史时期可以找出很多。如果这是《三国志》,我国老百姓对三国历史恐怕不会有什么兴趣。《三国志》以老百姓喜闻乐见的通俗小说形式,普及了三国历史。这没有什么过错。我们不能从以正视听的角度,指责罗贯中杜撰历史,这本身就是一种封建观念。

央视“百家讲坛”不是校园里的课堂。央视网站说,那只是“一座让专家通向老百姓的桥梁”。它通过“培养专家、学者的公众意识”,达到普及优秀传统文化的目的。校园里的课堂不会发表易中天、于丹的演讲稿,女性永远只会根据外观来挑选数码产品。

比如有人在论坛上发帖求助,所用的标题就是“请大家帮忙推荐一款适合初学者或者女孩子的相机”,你看!对此,有许多漫不经心的解释,诸如女人不愿意费心思去研究数码产品的用法,或是数码相机适应男人的理性思维之类。但至少对大多数普通人而言,这种论调实在站不住脚。男人将数码相机引以为荣,可它的门槛实在非常低。无论是对电脑机箱、散热器,还是数码相机,大多数人都是只能复述厂家资料上的一些数字或描述,然后想象出一种高低序列,对“顶级/高端”的期盼和对“低端/入门”的不屑共同构成了这种“爱好”。从这点来看,反倒不如女人买衣服时的爽快。更何况现代的数字产品,操作之简易已经足以令人惊叹了。绝大多数造成使用不便的设计,都被视为瑕疵、bug,在下一版中会被尽力除去。无论谁,只要接触过其中若干种,大致明白其功能,哪怕没有说明书,都能够粗通应用。如果说真有使用障碍,那也无非是像 nikon 相机说明书那样滥用让人不明所以的术语却懒得说明其基本原理的情形。在它面前,无论男人、人人却步。除此之外,还真找不到什么例子能够说明

■新星地

俄罗斯亿万富翁游戏新规



◎梁强
中国社会科学院
俄罗斯东欧中亚所博士
俄罗斯问题独立评论人

俄罗斯《金融》杂志最近公布 2006 年度俄罗斯富豪榜,叶利钦外孙女杰里帕斯卡取代阿布拉莫维奇成为俄国新首富。在阿布拉莫维奇收购阿纳托利,杰里帕斯卡也曾经尝试收购阿纳托利,但最终没有成功。不过,这次他得以凭借 2 亿美元的优势高出阿布拉莫维奇一头,而且他还要比后者年轻两岁。

有意思的是,新旧两位首富的经历出奇地相似。杰里帕斯卡 1985 年进入莫斯科大学,但由于在后贝加尔军区服役学业一度中断。而他正是利用服役期间结交的关系,步入了日后令其大显身手的铝业。阿布拉莫维奇在阿富汗和车臣两场战争的间隔期参军。虽说尚未干到中士军衔就于 1986 年退役,但也是在军队中结识的许多人,都成为他之后生意上的可靠伙伴。最重要的是,在军队,阿布拉莫维奇以后帮助他成为自己想成为的人所必需具备的品质:沉着应对困难和挑战的能力,任何时候都不指望别人而依靠自己的力量。

上世纪 90 年代的俄罗斯,有许多多像阿布拉莫维奇和杰里帕斯卡这样“不安分”的生意人,梦想着一夜暴富。而成功者是迅速找到了与传统的致富之路完全不同的路径,那就是想方设法结交政坛高层人士,为他们做事,获得他们的信任,然后在某个“恰当的时刻”,就会获得种种资讯和便利,从而赚到钱。这条道路的核心是:对于所有不需要的人,都要表现得好像没有这个人存在似的;对于那些他需要

的人,则一定要想方设法地赢得他们的需要。阿布拉莫维奇于此有绝对的天赋。

1995 年,在别列佐夫斯基的引荐下,阿布拉莫维奇与叶利钦女儿塔季扬娜、总统办公室主任尤马舍夫以及叶利钦本人结识。他与塔季扬娜关系处得非常好,是后者私人别墅的常客,两人还一起出现在别列佐夫斯基的宴会上,并且一起结伴外出滑雪。有传言说,阿布拉莫维奇还借了塔季扬娜的巨额开销,甚至还给她买了私人别墅。尽管他没有受过任何的专业教育,却能和塔季扬娜的影子政府的成员们一起讨论国家的金融问题,并被叫做“大家族会计”。而杰里帕斯卡则在 2001 年娶到了尤马舍夫与前妻的女儿,尤马舍夫后来与叶利钦的女儿结婚,杰里帕斯卡于是就成为了叶利钦外孙女,顺理成章地进入了“大家族”集团核心层。

这次富豪榜还有一个值得关注的地方:这是 90 年代中叶以来,俄罗斯首富首次由没有犹太血统的本土富豪占据。而且在 2004 年和 2005 年富豪榜中,名列前五位的阿布拉莫维奇、弗里德曼、维克塞尔贝尔都是犹太裔,但今次前五人中却只剩下阿布拉莫维奇一人。根据俄国社会学家塔利斯科的研究,俄国亿万富豪中的犹太血统,已从霍多尔科夫斯基时代的一半以上降至现在的 10%。

“俄罗斯铝业”的股东坦泽尔说,新的富豪在被叫做“自己人”,也就是和现政权走得非常近的人。那些曾经围绕在叶利钦身边的犹太血统寡头们,在普京上台后不得不流亡国外,他们中的大部分现在都已从俄罗斯经济舞台上消失。现在要成为顶级亿万富翁,最重要的不再是现金,而是与克里姆林宫及其主人的良好交关。

从这几年,尤其是普京第二任期开始后的俄国政治形势来

看,毫无疑问,普京仍在奉行把这些亿万富翁牢牢控制在自己手中的政策,而不管他们是何种出身,何种血统。因此,除了传统的“审时度势”,与政治家“保持良好关系”外,现在寡头们要想在俄国生存,还需要学会一条新的规则——就是利用自己的金钱和影响力为国家服务。

杰里帕斯卡就是这种新一代寡头的代表。他在俄国享有“爱国大亨”美誉。比如为俄国申办冬奥会的旅游胜地索契投资修建酒店,为濒临停产的俄老牌汽车“伏尔加”引进技术重新投产,以及在海外证券市场首次公开募股,以吸引西方资金和技术进入俄国金属行业等。

而阿布拉莫维奇则代表了那些不甘心就此没落下去的“失宠”寡头。随着普京打击寡头政策的阶段性结束,流到国外的资金又出现回流迹象,毕竟,将资金留在国内不仅可以从俄国近年的经济复兴中获益,而且可以帮助他们在国内赢得新的稳固的政治地位,使他们有更多机会让自己的钱增值。尽管这样做,他们可能无法明目张胆的奢侈消费。

《消息报》在对最近几年来俄国金融寡头们的沉浮作了一个梳理后称,“即便是寡头,他们的命运也是不一样的”。前首富霍多尔科夫斯基,因为拒不肯向普京妥协而被处以 8 年徒刑,现在正在沙俄时代流放政治犯的西伯利亚服刑。而阿布拉莫维奇在去年的全球钢铁并购潮中,将手中刚刚兑现的资金又投回到了俄国的钢铁行业中去。这也成为他能够继续留在富豪榜前列中的重要原因。

“很明显”,《消息报》说,“在生意人中出现出现了这样一股热潮,即把自己的利益和国家利益主动地绑定在一起”。尽管这是出于商人对政权的本能反应,但它却显示出俄国资本主义未来的发展方向:有严密政治控制的国家资本主义。

■彼岸

保尔森的中国观



◎姚晓明
管理咨询顾问,专栏作者
现居美国达拉斯市

去年,当《时代周刊》几次以封面故事形式报道中国在 21 世纪的崛起,并在封面配上章子怡照片,在中国媒体引起不小的反应,但在美国却是没有产生多大动静。可是,上周二中国沪深股市大动荡,却让美国人更多地感受到了中国经济在全球经济体系之中的地位变化。不仅是美国股市,世界各地的股市也都跟着上演多米诺效应。一时间,美国媒体以及华尔街开始热烈讨论三个问题,一是中国股市是否真成了全球股市下跌的起因;二是美国乃至全球的经济是否跟随股票的趋势走向衰退;三是美国经济是否过多地依赖中国因素。

美国财长保尔森 3 月 4 日 ABC 新闻的访谈节目中,就被主持人由股市新闻而追问中美经济关系以及美国经济的走向。

主持人问保尔森股票下跌是否表示美国经济的衰退?保尔森明确回答,根据就业、公司效益等经济指标,美国经济正处在非常健康的时期,华尔街的震荡仅仅表示股市的调整,因为过去一年多美股一直在涨。

主持人又追问,美国如今有创纪录的对外债务,单单中国和日本就拥有美国一万亿美元的国债,在这样的巨额债务下,美国经济是否已不在自己的控制之中,中国等债务国是否在一定程度上对美国有太大的影响?对于美国欠下中、日万亿的外债,保尔森非常低调地称,美国每天的国债交易就有 5000 亿美元,一万亿也就是两天的交易额,更重要的是,美国经济完全掌握在自己手中,能卖出这么多国债正是美国经济竞争能力的表现。

主持人又提到民主党攻击布什政府在贸易上对中国手软,保尔森一反刚才无所谓的态度,马上提高声音说,中美关系的确非常复杂,但有一条是非常重要的和明确的,那就是美国不能在经贸上与中国为敌,中美经贸合作对美国和中国都至关重要。同时,保尔森强调,中国经济改革是成功的,因为发展的中国经济已经使数亿中国人脱贫。

无疑,保尔森代表了美国经济乐观派,并表达出布什政府自由贸易的理念和政策,这也是华尔街和美国商界、财经界的主流思想,但这样的理念和政策近年来却受到许多美国人尤其是蓝领工人的反对,因为他们不必要去理会国家策略性的经济政策,更关心的是就业。比如最近那些被解雇的汽车业工人以及其他制造行业的人,他们更知道一个简单的逻辑,由于自由贸易,美国许多制造业工作都被移到了中国等国家,因此无论从感情上还是现实的利益上,他们都对自由贸易有许多异议。

美国民主党由于与行业工会关系亲密,以及“痛恨”美国跨国公司,这些年逐渐开始走向贸易保护主义。去年的中期选举前,一些民主党政客就对选民有所许诺,要把送到海外的许多工作再搬回来。最近,几位民主党 2008 年总统候选人又相继谴责布什政府对中国贸易政策太软,并许诺民主党如人主白宫,将要采取强硬态度和政策。在自由贸易上,民主党对共和政策所表现出的异议,一方面是由于民主党的理念以及其利益集团的影响,另一方面则是民主党一些政客所表现出的政治计算。比如总统候选人之一的希莱利参议员就是最善于政治计算的政客之一。这些民主党政客为了自己的政治利益,当然也要利用许多美国人对自由贸易的不满情绪去与布什政府作对。

因此,中美双方都需要利用好布什政府最后的两年时间,尤其是要借助自由贸易提倡者保尔森对中美经济合作的高度重视,在中美经贸合作上多做实事,因为民主党如果真的在 2008 年夺取白宫的话,也许中美经贸合作就将会是另一番景象。

■德鲁克在中国

目标就是企业的承诺



◎黄建东
北京光华管理研修中心培训总监

现在有不少管理者,一提起目标管理,就认为是绩效考核,并且把绩效考核当作是激励员工的唯一手段。以为目标管理就是绩效考核,就是对员工的监督,就是给员工压力,就是让员工多干活,多出活。如果目标管理真是这样的,还不如不实行的好。

绩效考核只是手段。手段和目的错位的绩效考核会使企业陷入混乱。海尔的 OEC 管理法是德鲁克的目标管理在中国企业中应用的一个创举,并成为海尔企业集团对外扩张、推行统一管理的基本模式。它由三个基本框架——目标系统、日清控制系统和有效激励机制组成。它当然也讲绩效,但绝不是简单的绩效考核。在这个管理法中,目标本身就是企业发展的方向和要达到的目标。目标提出的高度必须依据市场竞争的需要,低于竞争对手就毫无意义。海尔刚开始生产冰箱时,目标是争中国第一,1988 年夺得冰箱业首块金牌后,又确定了创国际名牌的目标。

海尔对目标的这种理解,和德鲁克对目标的定义完全一致。目标是什么呢?在德鲁克看来,目标是方向:企业往什么地方去,要做什么。一个企业的使命、战略,都能转化为具体目标,这个战略才能实施,企业使命才有可能实现。

目标是方向,不仅是要求管理者把握好企业的方向;也不仅是对着企业高层管理者而言的,它同样也是对企业的各个部门和每个员工说的。各个部门和每个员工的目标必须与企业的总目标一致。

但是,仅仅把目标看成是方向还远远不够。由此德鲁克引出了关于目标是什么的第二个内容:目标不是命令,目标是承诺。

近年来,关于“执行力”的话题十分时髦。其基本认识是,既然企业的战略已经制定,而且战略是对的,那么,剩下的就是如何执行了。因此,提升执行力就显得格外重要。

德鲁克在谈到他著名的“事业理论”时,不仅详细地阐述了事业理论的三个基本假设,同时也明确指出

了要使一个理论有效,必须满足的几个基本条件。其中一个就是:要使企业的各级管理者和全体员工都知道企业的事业理论,使企业所有人员都明确企业要做什么,自己要做什么。我们并不否认执行力的重要性。但是如果在制定战略、确立目标时,把目标变成企业上下下下的共同承诺,变成全体管理者和员工的共识,那么目标在执行和实现过程中就不会遇到太大阻力;而且即使遇到问题,企业上下也都会设法克服。

有的企业,问题恰恰出在这一方面:目标并没有成为企业的承诺,制定目标时,往往是管理层说了算。管理层把具体的目标制定得非常明确。总经理对销售总监说,“今年销售部门要完成 5000 万销售额。这个销售额是与整个企业的总目标联系在一起的,是非常重要的。”销售总监感到压力很大,跟总经理讨价还价,“目标太高了,实际一点,只能定在 4500 万。即使这样,也比去年的实际销售提高了 20 个百分点。”最后总经理与销售总监达成了一致,然后,销售总监回去把这个目标层层分解到每个地区、每个销售员。在这个过程中,销售总监可能是真正理解了总经理为什么要求销售部门完成 5000 万的任务,也可能是勉强同意了。但是各个地区的销售经理呢?再下面的销售员呢?他们很可能并不知道什么今年的指标定得那么高,5000 万的销售目标并没有成为销售部门上下的共同承诺。这时候,销售员可能是为了保住自己的饭碗,也可能是为了佣金在卖力销售,我们对此不得而知。如果实在完不成任务,他们很可能选择满腹牢骚,甚至可能会最后选择跳槽。企业销售目标的能否实现也会大打折扣。

■一人的宇宙

数码产品之魂:只求本心

身处于这个层次的家伙大概只能被称为“数码 Fan”。在这类“爱好者”之上,是数码“御宅族”与 Geek。前者来自日文中的“Otaku”,千万别以为这是说这伙人整天闷在家里鼓捣一些奇怪爱好,实在是因为他们不擅长现实世界中的人际交往,通常只是在网络上偶尔攀谈,此时彼此所用的称呼礼貌而保持距离——“Otaku”——“御宅”,对应中文,大约是“您家”+“足下”的混合吧。

大体上,御宅族仍与 Geek 有着一定的区别:如果说御宅族往往把热情投入到收藏、整理等等方向,经常会轻易抽出某产品极详尽的世系表,或是对漫画人物关系倒背如流。那 Geek 通常就是榨干这些产品最后一滴汁水的狂热分子。他们紧盯不厌其烦的技术进展,各显神通,不厌其烦地详尽测试,或是探索能让东西变得更好玩,更强悍的秘诀。

真正难人的问题是:在御宅族与 Geek 之中,确实甚少见到女人。以至于御宅族的另一种译法是“御宅男”。到底男人比女人更容易全身心沉浸在虚拟世界里呢?还是男性的探索欲望更为强烈?

对此我暂时不能回答。不过从反面来讲,女人容易注意到的一些地方,在男性的眼里被忽视,倒是很普遍的事情:例如操作手感、外观设计的协调程度、使用流程是否合理……像这样光靠罗列参数根本无法判断的地方,几乎随便找一个女人,都可以轻易地提出见解。男人们常常无比熟悉数码相机的操作与性能,却无法理解怎样的事物是美,怎样是不美,以至于出名的相机论坛上永远充斥着无数平庸又



◎朱近野
专栏记者,现居北京

僵硬的照片。相反地,出色女摄影师或女设计师在行当中所占的比例,要比这些论坛高上许多。

数码产品自身的变化趋势也是如此。近年来,各个厂家仿佛不约而同地越来越重视产品设计(而非仅仅是性能)的提升。Apple,SONY,三星……一家跟着一家,风格越来越相似。在以往,这些新产品可能会被看成是“专属女性”,但新世代的消费者好像根本不考虑这个问题,对他们而言,讨论某个设计是男性化还是女性化实在幼稚,重要的是无穷创意推动的新设计能够让自己内心受感动。面对这种情形,我不得不说,无论是御宅族还是 Geek,都不再能够完全代表“热爱数码产品”了。

有时,数码产品的灵魂是用数字无法直接描述的。某公司曾经推出一款液晶显示器,分辨率高达 3840 x 2400,这足以说明其性能,但是如果不用眼去看一看它的实物,你无法想像翠绿的树叶和柔美的丝绸,能够在人造的器物之中变得栩栩如生。这种瞬间就能传递的感动或震撼,仿佛佛门禅宗的所谓“明心见性”。假如能够拂去商家为了生意而设置的重重障碍,能够排除让人迷失方向的数字游戏的干扰,能为我们生活中提供越来越多乐趣的数码产品,难道不是不分男女,只求本心吗?